

15.02.2011 – 17:00 Uhr

Globale Verbraucherstudie von Acision zum Thema mobiles Breitband

Spanien (ots/PRNewswire) -

Acision veröffentlicht heute eine globale Verbraucherstudie zum Thema mobiles Breitband "Seizing the opportunity in mobile broadband". Die Studie untersucht Beobachtungen der Verbraucher hinsichtlich der Quality of Experience (QoE), der Kundenzufriedenheit und Videoqualität sowie der Akzeptanz von Fairness Policies und der Bereitschaft für Mehrwertdienste (Value Added Services, VAS) zu zahlen. Die Befragung wurde zwischen Juni und November 2010 in Grossbritannien, Nordamerika, Brasilien, Australien und Singapur durchgeführt.

Steven van Zanen, SVP Marketing, Mobile Data Control, bei Acision, erklärt: "Die Motivation zur Durchführung dieser globalen Studie war die phänomenale Aufnahme des mobilen Breitbands sowie Gerüchte über QoE-Probleme. Eines der wichtigsten Ziele der Untersuchung war es, diese Dinge zu quantifizieren und festzustellen, ob es bei dem Entwicklungsverlauf des mobilen Breitbands globale Parallelen gibt. Wir waren von der Ähnlichkeit der an sich verschiedenen Märkte beeindruckt und sehen eine klare Grundlage für proaktive Strategien der Betreiber, um die Chancen, die sich durch mobiles Breitband auftun, wahrzunehmen.

Die Studie zeigt, dass 71 Prozent der Verbraucher ihr Mobiltelefon während der ganzen Woche regelmässig nutzen und sich wünschen, dass Betreiber mobile Breitbanddienste weiter entwickeln, wobei 63 Prozent der Kunden weltweit bereit sind, für mobile Breitband-Mehrwertdienste zu zahlen. Um die QoE zu verbessern, unterstützen 67 Prozent der Verbraucher die Anwendung von Fairness-Policies und weitere 60 Prozent wollen eine Video-Optimierung sehen.

Probleme mit der QoE sind weit verbreitet und ganze 79 Prozent der Verbraucher haben mit Schwierigkeiten zu kämpfen. Dazu zählen langsame Verbindungen (62 Prozent), Probleme mit der Netzabdeckung (39 Prozent) und mit zusammenbrechenden Verbindungen (36 Prozent). 74 Prozent der Anwender die Videofunktionen nutzen berichten von regelmässig auftretenden Problemen wie häufigen Pausen und langen Wartezeiten. Diese Unzufriedenheit addiert sich zu einer potentiellen Abwanderungsrate von 31 Prozent, die in allen Ländern fast identisch ist.

"Die Betreiber tun bereits alles was in ihrer Macht steht, um die Bandbreite zu erweitern, doch unsere Untersuchung zeigt, dass einige der QoE-Probleme selbst in den besten Netzwerke auftauchen", erklärt van Zanen fort. "Um die nächste Evolutionsstufe des mobilen Breitbands zu erreichen, bedarf es weiterer Investitionen."

Um den Anforderungen mobiler Breitbanddienste gerecht zu werden und potentielle Umsatzquellen zu erschliessen, sind Betreiber gezwungen, Änderungen auf drei verschiedenen Ebenen zu veranlassen:

- Datenebene: Hohe Leistung und zuverlässige Komponenten, um den Netzwerk-Traffic zu verwalten
- Inhaltsebene: Best-in-Class Komponenten, die inhaltspezifische Services wie Video oder Browsing optimieren können
- Kontrollebene: Hochintelligente Komponenten, die eine komplexe, tiefgreifende Entscheidungsfindung in Echtzeit ermöglichen

"Die Betreiber werden umfassende Service-Angebote erstellen müssen, die auf die individuellen Kundenbedürfnisse eingehen und kostenpflichtige optimierte oder Premium-Services unterstützen. Diese Angebote, entweder als Bundle oder Transaktions-basiert, müssen für Kunden verständlich und nachvollziehbar sein", schliesst van Zanen.

Die Ergebnisse im Detail

Kundenzufriedenheit und Loyalität: Mobiles Breitband wird von der Mehrheit der Anwender als wichtig und nützlich angesehen. Jedoch sind viele Verbraucher mit bestimmten Service-Aspekten unzufrieden.

- Für 60 Prozent der Verbraucher weltweit sind Zuverlässigkeit, Netzdeckung oder Geschwindigkeit die wichtigsten Service-Aspekte. Punkte wie Preis, Nutzungsberechtigung oder -kontrolle werden von 40 Prozent der Verbraucher als wichtig empfunden
- Nennenswerte Unzufriedenheit besteht hinsichtlich der Netzdeckung (29 Prozent) und des Preisniveaus (28 Prozent)
- 79 Prozent der Kunden weltweit haben QoE-Probleme, dazu zählen Langsamkeit (62 Prozent), Netzdeckung (39 Prozent), Stabilität der Verbindungen sowie die Unfähigkeit, eine Verbindung herzustellen (beide mit 36 Prozent). Nur 21 Prozent der Befragten gaben an bisher keine Probleme gehabt zu haben
- Video-QoE-Probleme hatten 74 Prozent der Verbraucher (37 Prozent), die sich Videos ansehen. Wartezeit sowie Pausen verärgern 54 Prozent der Video-Nutzer
- Potentielle Abwanderungsrate von 31 Prozent, die in allen Ländern fast identisch ist.

Verbraucher unterstützen Fairness, Optimierung und VAS: Hohe Verbraucherakzeptanz ermöglicht es Betreibern, das Potential des mobilen Breitbands zu realisieren.

- Fairness Policies: Sobald Verbraucher erst einmal die Notwendigkeit eines Ressourcen-Managements verstehen, zeigen sie eine hohe Akzeptanz für Policies (67 Prozent), die eine gerechte Zuordnung von verfügbaren Kapazitäten erlauben. Viele Verbraucher (35 Prozent) sind bereit, einen Aufpreis für eine bessere QoE zu bezahlen

- Video-Optimierung: 60 Prozent der Befragten sind bereit, eine Video-Optimierung zu akzeptieren, solange sie von einer Verbesserung jener Aspekte profitieren, die sie bei der Nutzung dieses Service als besonders wichtig empfinden

- Kostenpflichtige Mehrwertdienste (VAS): 63 Prozent der Verbraucher gaben an, dass sie einen deutlichen Bedarf an VAS sehen und sie bereit seien, dafür zusätzliche Gebühren zu zahlen. Zu den Services gehören Mitteilungen (41 Prozent), faires Bandbreiten-Management (35 Prozent), Kostenkontrolle (35 Prozent), Roaming (34 Prozent), Shared Bundling (33 Prozent), Individualisierung (30 Prozent), Kompression der Inhalte, um vom Bundling zu profitieren (29 Prozent) sowie Priorisierung (26 Prozent)

Der vollständige Bericht steht zum Download unter zur Verfügung: <http://www.acision.com/Products-and-Solutions/Mobile-Data-Control.asp> x

REDAKTIONELLER HINWEIS

Über Acision

Als einer der Weltmarktführer für mobile Daten fördert Acision Innovationen und profitables Wachstum im Bereich mobiler Datendienste. Als Pionier des Mobile Messaging unterstützen die mobilen Datenlösungen in Echtzeit von Acision Kunden weltweit beim Generieren neuer Umsätze mit innovativen Services bei gleichzeitiger Kontrolle, Optimierung und Monetisierung des Datenverkehrs. Weitere Informationen finden Sie auf der Acision-Website unter <http://www.acision.com>

About Acision Broadband Mobility Suite

Acision Broadband Mobility Suite is the most affordable, scalable mobile broadband solution for the breadth of capability provided. It combines all of the key capabilities operators need to address in today's mobile broadband challenge such as policy management and enforcement, web and media optimization, service allowance and bundle management, location-awareness and VAS - uniquely pairing control and cost saving measures with the creation of revenue generation. As a single solution, Acision Broadband Mobility Suite enables mobile operators to control all types of internet traffic and ensure a profitable, reliable mobile broadband business today and tomorrow. It leverages Acision's unparalleled experience in massively scalable data service solutions and provides a TCO which is affordable even at the most extreme levels of mobile data growth. Acision Broadband Mobility Suite uses common hardware, offering independent scaling of each functional layer.

Research Methodology

From June to November 2010, Acision commissioned a number of independent market research agencies (YouGov, Quantinet and Toluna) to undertake a detailed survey to understand consumer perceptions of mobile broadband in the UK, United States, Brazil, Singapore and Australia. The research covered key aspects associated to mobile broadband today, including Quality of Experience (QoE), customer satisfaction levels, perceived video quality, the potential of Value Added Services (VAS) and consumer awareness and acceptance of fairness policies and content optimisation. For every region, the Acision research focused on all aspects of mobile broadband including the usage of the mobile internet on Smartphones, mobile handsets, dongles, modem sticks, data cards, netbooks, and integrated mobile broadband within laptops. All the research was conducted using the same questionnaire and panel based methodology all using representative sample of over 1000 consumers per market aged 18 years and up.

Kontakt:

Annette Leach / Morgan Evans, Hotwire PR, Tel:+44(0)207-608-2500,
Email: acision@hotwirepr.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015203/100619186> abgerufen werden.